



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB  
FACULDADES DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO  
DISCIPLINA: MONOGRAFIA  
PROFESSOR ORIENTADOR: Luiz Cláudio

## **Vermelho Sangue**

Um estudo sobre a função das imagens fotográficas  
no jornal *Na Polícia e nas Ruas*

Davys Frederico Teixeira Linhares  
R.A.: 2036343/4

Brasília

2007

Davys Frederico Teixeira Linhares

## **Vermelho Sangue**

Um estudo sobre a função das imagens fotográficas  
no jornal *Na Polícia e nas Ruas*

Monografia apresentada ao Centro universitário  
de Brasília, como requisito parcial do título de  
Bacharel em Comunicação Social com  
habilitação em jornalismo.

Orientador: Profº. Luiz Cláudio Ferreira

Brasília

2007

Davys Frederico Teixeira Linhares

## **Vermelho Sangue**

Monografia apresentada ao Centro Universitário de Brasília, como requisito parcial do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo.

Orientador: Profº. Luiz Cláudio Ferreira

### **Banca Examinadora**

---

Profº Luiz Cláudio Ferreira  
Orientador

---

Profº. Msc. Alexandre Humberto G. Rocha  
Examinador

---

Profº. Grad. Marcelo Moura Rodrigues Abadia  
Examinador

Brasília

2007

## **Dedicatória**

Aos meus pais, Silvio Linhares e Nora Ney, que depositaram toda a confiança em mim e me ajudaram a conquistar mais essa vitória

## **Agradecimento**

Agradeço primeiramente a Deus, foi a confiança Nele que me fez chegar até aqui.  
Aos meus pais que nunca duvidaram do meu potencial.  
Ao meu irmão Victor Hugo que sempre está comigo nas piores e melhores horas.  
A minha namorada Fernanda Lages.  
Aos meus amigos que foram muitos no decorrer do curso, mas em especial aos Vinícius Elias e Brasileiro que ainda são grandes companheiros.  
Aos grandes professores que tive como: Renato Ferraz, Rosangela Zorzo, Marcelo Moura, Luzia Giffone, Henrique Moreira e Luiz Cláudio.  
A todos que contribuíram direta e indiretamente para a realização desse sonho.

## Resumo

Esse trabalho é um estudo sobre a função das imagens fotográficas no jornal *Na Polícia e nas Ruas*. Esse jornal contém imagens chocantes que ilustram todas as páginas inclusive as capas. A pesquisa analisou os meses de junho e julho de 2007, no total de oito edições – 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93 e 94. O jornal é semanal e são publicados, em média, 25 mil exemplares semanais. O pesquisador desse trabalho via nas edições do periódico que as fotos sempre ocupavam mais espaço que os textos, desde então resolveu se aprofundar no assunto e ver se as fotos são mais importantes que os textos publicados. O trabalho aborda a fotografia em jornais brasileiros e estrangeiros. Mostra a importância das imagens em matérias jornalísticas. Exemplo de tablóides sensacionalistas no Brasil e no mundo. E mostra através de pesquisas de campo e bibliográficas a função das fotos no jornal *Na Polícia e nas Ruas*.

## Sumário

<b>1- Introdução .....</b>	<b>08</b>
<b>2- Jornalismo Popular.....</b>	<b>12</b>
<b>3- Muita foto e pouco texto.....</b>	<b>17</b>
<b>4- Pesquisa de Campo.....</b>	<b>32</b>
<b>5- Conclusão.....</b>	<b>33</b>
<b>5- Referências.....</b>	<b>35</b>

## 1 Introdução

Mesmo na era das novas tecnologias, em que as informações são atualizadas praticamente em tempo real, o jornal impresso, diferentemente do que apostavam alguns teóricos sobrevive, e bem, à chegada do século 21. É a mesma correria para colocar um impresso nas ruas diariamente. Pessoas buscando diferencias da notícia o tempo todo.

O jornal *Na Polícia e Nas Ruas*, objeto desse estudo, é um tablóide que cada página mede 317 milímetros de altura por 280 de largura. Trata-se do único especializado em matérias policiais no Distrito federal.

Em 12 de outubro de 2005, o veículo foi lançado em Brasília com o propósito de mostrar uma possível “realidade” que os outros jornais não mostravam. Surge com um nicho de mercado específico e em meio a uma lacuna deixada por outros veículos de comunicação numa cidade em que a criminalidade cresce de forma proporcional ao inchamento do Distrito Federal. O diretor do jornal acredita que os veículos não abordavam a fundo o que vinha acontecendo, diz Silvio Linhares, proprietário da agência L&S Publicidade que é responsável pela publicação do jornal.

Ele foi entrevistado pelo pesquisador para esse estudo e disse que não concordava com a cobertura das matérias das cidades satélites publicadas em grandes jornais. Alguns dados do ano de 1995 até 2006 foram cedidos pela Polícia Civil do Distrito Federal.

De 1995 até 2006 foram computados 6.353 registros de homicídio no Distrito Federal. Considerando o total dos últimos 12 anos, a média anual encontra-se em, aproximadamente, 526 ocorrências. Ceilândia apresentou a maior variação quantitativa: passou de 79 registros, em 2005, para 108, em 2006. No primeiro trimestre de 2007, Ceilândia, com 25 casos registrados – o equivalente a 17,0% do total esta foi a Região Administrativa com o maior número de ocorrências. Já o Lago Sul com um caso no primeiro Semestre de 2007 foi a Região Administrativa com o menor número de ocorrências. (Relatório da Polícia Civil: criminalidade. 2007)

O jornal *Na Polícia e Nas Ruas* mostra em suas edições fotos com muito sangue, pessoas desfiguradas e até decapitadas como foram nas capas das edições de número



35 e 88. As fotos são colocadas no tablóide sem tratamento adicional e são enquadradas bem de perto, com a violência exposta. Reside aqui a diferença do jornal em questão em relação aos outros jornais, que mostram fotos de cadáveres distantes ou cobertos.

A linguagem é coloquial e as fotos aterrorizam e despertam curiosidade no leitor. Veículos como esse, crescem em diversas cidades do País, o que comprova um gosto pelo gênero. Deve-se considerar, também, que outros jornais de Brasília não cobrem só polícia. Isso também foi uma premissa para saber como o jornal se sustenta noticiando só desgraças e sem patrocínio. “Outros impressos noticiam, na maioria das vezes, casos que têm maior repercussão, assuntos de interesse das classes média e alta da cidade”, afirma Linhares.

Com formato de tablóide, o *Na Polícia e Nas Ruas* tem sido comercializado em redutos populares como pontos de ônibus e estações de metrô. De acordo com o diretor do jornal, o ponto de venda mais expressivo é o da rodoviária de Brasília. Por lá, circulam pessoas, na maioria, de baixa renda. O horário de melhor venda está entre 6 e 8 da manhã, quando as pessoas se deslocam para os locais de trabalho. O tablóide circula todas as terças-feiras e são impressos, por semana, vinte e cinco mil exemplares. Segundo a direção do jornal o encalhe é de no máximo mil jornais.

A escolha do jornal *Na Polícia e nas Ruas* como tema da pesquisa desta monografia ocorreu por ser o único impresso especializado em matérias policiais do Distrito Federal. O jornal mostra a violência que acontece no Plano Piloto e entorno do DF. Outros jornais não mostram fotos chocantes como este. As fotos revelam sangue em todas as páginas do jornal. Por que vende mais nas classes baixas? Seria justamente por que apela para uma imagem próxima da realidade das periferias? As imagens realmente chocam o leitor?

O jornal *Na Polícia e nas Ruas* é vendido em bancas e por gazeteiros (pessoas que vendem o jornal avulso nas ruas). Nas cidades satélites ele é mais bem aceito pela população.

O pesquisador considera o jornal *Na Polícia e nas Ruas* importante, pois o veículo mostra a realidade social do entorno de Brasília.

O jornal se foca entre as classes com menor poder aquisitivo e menor escolaridade. O objetivo geral deste estudo é abordar, particularmente, a função das imagens fotográficas do veículo. Para isso, localizar onde mais vende o jornal. Identificar as classes sociais que mais compram. Observar se os leitores compram sempre ou só quando saem matérias de suas cidades satélites ou bairros. Analisar se a capa influencia nas vendas do jornal.

As imagens fortes de violência e morte, expostas nas matérias e capa do jornal *Na Polícia e nas Ruas*, produzem efeito de proximidade com o leitor? As imagens são apresentadas sem arte, sem tratamento adicional e são mostradas como se o leitor estivesse no local do acontecimento. O leitor tem a possibilidade de imaginar como foi o crime particularmente.

O texto é indicial. Quem ler vai imaginando como aconteceu todo crime. Cena por cena. A imagem é icônica, porque é semelhante ao fato; e é indicial, porque indica a ocorrência de algo. Com a imagem o leitor pode construir a sua narrativa imaginária.

Na semiótica se diz que o “signo” refere-se a uma coisa maior que foi retirada de outra (seu objeto): uma folha de uma árvore, um gomo de uma mexerica uma parte que forma um todo. Na pesquisa aqui proposta será observada a relação entre fotos e textos do jornal *Na Polícia e nas Ruas*. A indagação a respeito das fotos parte da hipótese de que estas aparecem com mais destaque que os textos numa matéria jornalística.

A definição de signo pode ser dada como qualquer coisa que substitui outra (em relação a um terceiro). Charles Peirce dá à definição de signo, ou *representamen* é toda coisa que substitui outra, representando-a para alguém, sob certos aspectos e em certa medida.

A pesquisa privilegiará a noção de ícone, já que se dará ênfase às imagens. As imagens chocantes que registram o fato (crime) na mente do leitor/observador, além de serem um provável fator de promoção da venda desse jornal, são responsáveis por provocarem interpretações, que merecem ser desvendadas. Às vezes as fotos dizem por si só, deixando o leitor imaginar como teria acontecido o crime.

Esta pesquisa fará uso de um questionário com perguntas fechadas. A aplicação do instrumento se dará em lugares em que circulem pessoas de todas as classes sociais. Em Brasília o lugar mais adequado para tal sondagem é a rodoviária, onde passa todo tipo de gente. As perguntas serão direcionadas a leitores e não leitores do jornal. Buscar-se-á verificar qual a importância das fotos nas matérias, bem como identificar que pessoas não compram, mas conhecem o jornal. Outro momento da pesquisa a ser empreendido são os levantamentos bibliográficos, que trará conhecimentos relativos à imagem, signos, cores e comportamento.

## 2 Jornalismo Popular

O nome tablóide refere-se ao tamanho/ou formato de um jornal que cada página mede 317 milímetros de altura por 280 de largura. Os tablóides surgiram em meados do século XIX, quando alguns editores começaram a fazer versões menores do tradicional *standard* (aprox. 50 cm por 30 cm) e bordas de dois a três centímetros. Eles eram mais fáceis de manusear e foram feitos para serem lidos nos trens. Com pouco tempo os tablóides ficaram mais conhecidos pelo conteúdo do que pelo tamanho. Esses jornais começaram a tratar de fofocas e escândalos de pessoas públicas. Para sair um pouco dessa associação com o nome, alguns jornais tratavam do tablóide como “compactos”.

Mas o jornalismo impresso sensacionalista tem um início incerto e difícil de precisar. Angrimani autor do livro “*espreme que sai sangue*” diz, por exemplo, que entre 1560 e 1631, aparecem os primeiros jornais franceses com notícias parecidas as notícias usadas nos jornais sensacionalistas de hoje. Trazendo *fait divers* ( notícia do dia) fantásticos e notícias sensacionais, “que agradavam a todos”

Os tablóides eram vendidos mais baratos do que os tradicionais jornais da época. Com isso, os jornais foram atingindo aos poucos as classes operárias. Esse novo formato de jornal começou a agradar empresários e políticos. E como as vendas desses jornais mais populares cresceram, foram na onda. Por volta de 1830, jornais como o Sun e o Herald, em Nova York, começaram a se concentrar mais em histórias populares e menos em política e negócios. O estilo dos textos eram diferentes dos originais de formato *standard*. Não eram objetivos com a notícia. Suas histórias eram redigidas com um apelo aos sentidos e às emoções, com descrições vívidas, frases simples e parágrafos pequenos.

No século XIX, faziam muito sucesso na França os “canards”, jornais populares de apenas uma pagina, impresso na parte frontal e que comportavam titulo, ilustração e texto. Os “canards” mais procurados, segundo Seguin, eram os que relatavam *fait divers* criminais: crianças martirizadas ou violadas, parricídios, cadáveres cortados em pedaços, queimados, enterrados. Assim como eclipses, cometas, grandes catástrofes, tremores de terra, inundações, desastre de trens, naufrágios. Os vendedores de “canards” saíam às ruas aos gritos,

chamando a atenção do público para suas manchetes e irritando os mais sencíveis. (ANGRIMANI, 1995 p.19/20)

Pensando nos lucros começaram os problemas dos jornais populares. O sensacionalismo foi tirando a necessidade de transmissão de fatos reais. Surgiu então a imprensa marrom. Autores e editores publicavam histórias exageradas e falsas para aumentar a tiragem dos jornais. O New York Journal-American e outros tablóides prosperaram por várias décadas com uma mistura de histórias de escândalos de celebridades e assassinatos sangrentos.

Ainda de acordo com Angrimani em 1952 um jornal de tamanho standard foi comprado por Generoso Pope Jr. Isso lhe custou US\$ 80. A primeira mudança do empresário no jornal foi passá-lo para tablóide. Uma grande sacada de Pope. Ele havia reparado que quando passava em um local de acidente de trânsito aglomeravam pessoas querendo ver a cena. Então ele pensou sangue agrada as pessoas. A circulação do jornal aumentou rapidamente, baseada em fotografias de crimes com muito sangue e histórias de assassinato.

Mas já nos anos 60 a tendência começa a mudar. As bancas começam a desaparecer. Pope, empresário há anos, começa a levar seus jornais para os supermercados, mas as fotos asquerosas muito provavelmente não teriam lugar nas prateleiras. Então muda as editorias do seu jornal, concentrando-se em artigos sobre celebridades, paranormalidade e auto-ajuda. De novo, sua fórmula foi um sucesso e outros tablóides mudaram seu formato também.

Sensacionalista é a primeira palavra que a maior parte das pessoas utiliza para condenar uma publicação. Seja qual for a restrição, o termo é o mesmo para quase todas as situações.

Não importa qual seja o contexto, sempre que se quer acusar um veículo de comunicação, ou jornalista, usa-se de abrangente e nem sempre exata\_ a adjetivação “sensacionalista”.

Por ser totalitário o termo leva à imprecisão. O leitor ( o telespectador, o ouvinte) entende sensacionalismo como uma palavra chave que remete a todas as situações em que o meio de comunicação, no entender dele, tenha cometido um deslize informativo, exagerado na coleta de

dados(*desequilibrando* o noticiário), publicado uma foto ousada, ou enveredado por uma linha editorial mais inquisitiva. (ANGRIMANI, 1995 p.13)

Um jornal que é denominado sensacionalista é tachado de um veículo sem credibilidade, sem texto bom, com erros de apuração, deturpação ou editorial agressivo, apelativo.

O lançamento do jornal **Notícias Populares** trouxe a tona à razão, buscando evidenciar o que o leitor não via, mas a manchete e as notícias tinham que ser boas, pois senão ninguém iria comprá-la. O jornal circulou entre 1963 e 2001, baseando sua estratégia na exploração sensacionalista do crime, do sexo e de tudo o que fosse inusitado. Nenhum leitor fez críticas ao aspecto moral-imoral da linha editorial, mesmo alguns editores do jornal consideraram que fizeram um produto transgressivo, embora não confessem isso publicamente. Quando se trabalha com um jornal sensacionalista existem temas que ficam em destaque, que vão fazer do sensacionalismo algo mais atraente: homonímia, cascata, pseudo-ciência, linguagem, morte, homossexualismo, voyeurismo, sadomasoquismo, corpofagia, homicídio, tabu: canibalismo, tabu: incesto, id personificado, Eros e superego acessório.

Na história brasileira o Notícias Populares ostenta o título de ser o jornal que perpetuou a maior cascata. O filho do diabo foi manchete de “Notícias Populares” por 22 edições, de 11 de maio de 1975 a 1º de junho de 1975. Na falta de um *fast divers* de impacto, foi inventado uma história, para alarde de todos no outro dia não tinha mais nenhum jornal nas bancas. O público adora histórias sensacionalistas e marcantes essa é mais uma história para comprovar essa teoria. A história vai ser vendida, mesmo sabendo que não é verdadeira, poderia ser considerada um conto, mas foi muito bem aceita pela sociedade. O autor mostra outros casos relacionados com o diabo, que a mensagem sempre trás a curiosidade na primeira linha da manchete.

Alguns autores descrevem a prática do sensacionalista como nutriente psíquico, desviante totalitário da notícia. Diz que é o grau mais radical de mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência, na verdade, o conteúdo não importa o

que importa é a manchete. O Jornalismo sensacionalista tira do fato, da notícia, a carga emotiva e apelativa e a enaltece. A partir disso passa a vender mais.

(A imprensa sensacionalista) “não se presta a informar, muito menos formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de forma sádica, caluniadora e ridicularização das pessoas. Por isso, a imprensa sensacionalista, como televisão, o papo no bar, o jogo de futebol, servem mais para desviar o público de sua realidade imediata do que para votar-se a ela, mesmo que fosse para fazê-lo adaptar-se a ela. (ANGRIMANI, 1995 p.15)”.

Um outro fato considerável nesse tipo de jornalismo é a inadequação entre manchete e texto, manchete e foto; manchete, texto e foto. O que leva ao descrédito de alguns leitores mais elitistas, isso tudo porque as manchetes desses veículos adquirem uma importância acentuada. As manchetes provocam comoção, são apelativas. Mas esse é um ponto do veículo sensacionalista que desagrade a uns. Os textos não são sofisticados e muito menos elegantes a linguagem na maioria das vezes é coloquial, forma de agradar as classes mais baixas e com menos escolaridade em alguns casos usando gírias ou regionalismo. É uma linguagem que o leitor acaba se envolvendo emocionalmente, diz Angrimani.

Angrimani afirma que no fim do século XIX a imprensa amarela surgiu da briga de dois jornais americanos com sede em Nova York. O “World” e o novo “Journal” enfrentavam-se usando como arma o sensacionalismo.

O “World” publicava aos domingos charges de um bonequinho com uma roupa amarela e com os dizeres escritos nela. Como sua roupa era amarela ele ficou conhecido com Yellow Kid”. Quem desenhava esse bonequinho era o ilustrador Outcault. O “Journal” veio com força total e comprou o asse de Outcault, que começou a fazer o yellow kid agora para o concorrente. Mas o “World” manteve o Yellow Kid que passou a ser desenhado por George Luks. Os dois jornais usavam o Yellow Kid como boneco propaganda. Um outro jornalista o Ervin Wardma, do “Press” outro jornal da

época fez um artigo à “imprensa amarela” de Nova York, dando uma conotação pejorativa à cor da roupa do boneco e termo pegou.

Era um mundo sem TV e poucas alternativas de lazer. Os jornais tinham circulações espantosas para a época. Antes da virada do século, os jornais de Pulitzer e Hearst alcançavam tiragens de até um milhão de exemplares/dia. Algumas técnicas caracterizavam a “Imprensa amarela”: manchetes escandalosa em letras “garrafais”, impressas em preto ou vermelho, o abuso de ilustrações muitas delas inadequadas ou inventadas, impostura e fraudes de vários tipos, com falsas entrevistas e histórias, títulos enganosos e pseudociência.

Aqui no Brasil quando se quer acusar pejorativamente um veículo de comunicação, o termo mais utilizado é “imprensa marrom”, possivelmente uma apropriação do termo francês para procedimento não muito confiável.

O senso de “marrom” como coisa ilegal, clandestina aparece no início do século XIX na França. Segundo o “Dictionnaire des Expressions et Locution Rovers”, a origem possível do termo marrom teria sido uma apropriação do termo *cimarron*, que aplicava na metade do século XVII aos escravos fugidos ou em situação ilegal. De acordo com a Enciclopédia Larousse, trata-se de um adjetivo aplicado a pessoas que exercem uma profissão em condições irregular, “médecin marron”, avocat marron”. (ANGRIMANI: 1995, p.22)

A expressão “imprensa marrom” ainda é amplamente utilizada quando deseja lançar suspeita sobre a credibilidade de uma publicação.



### 3 Muita foto e pouco texto

As páginas do jornal *Na polícia e Nas Ruas* são recheadas de mais fotos do que texto. O tablóide costuma colocar as fotos maiores que os textos. No layout do jornal as cores mais destacadas são o preto e o vermelho. Por sinal o vermelho aparece em muitas fotos, mas em forma de sangue. Sem tratamento adicional, o jornal expõe fotos de cadáveres ensangüentados e até decapitados. Sem qualquer tipo de arte, box ou infografias, o leitor é levado direto as fotos.

As manchetes são sensacionalistas, fato que deixa o leitor mais curioso em comprar, ler ou só ver o jornal exposto nas bancas. Na diagramação, é usada uma borda vermelha nas imagens para atrair o leitor para as fotos. As imagens chamam mais atenção que o texto. O pesquisador analisou as edições dos meses de junho e julho de 2007, no total de oito edições – 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93 e 94. O jornal é semanal e são feitos, em média, 25 mil exemplares semanais.

Na capa da edição 87 - de 5 a 10 de junho de 2007, aparece a foto de uma mulher morta e enterrada pelo próprio marido. A imagem é colorida e ocupa 74% da capa, acompanhada da seguinte chamada: “Matou mulher e estuprou enteada”. Nas páginas oito e nove, chamadas de página especial, segue-se a notícia, sendo que o texto ocupa 52% e o restante é composto por imagens. As fotos são do marido, do delegado que investiga o fato, do local do crime, da mulher quando em vida e mais outra foto da vítima, já em decomposição. Ainda na edição 87 aparecem mais dez corpos de vítimas de homicídio. Porém, duas páginas amenizam o número de mortos com a apreensão de traficantes em localidades diferentes.

A próxima edição não é muito diferente da primeira analisada. São nove homicídios estampados nas páginas do jornal. A edição 88 traz uma foto, considerada pelo pesquisador como uma das piores já publicadas. Na capa, uma mulher decapitada por um homem que após matá-la, ainda jogou a cabeça da vítima em cima de uma casa a aproximadamente 300 metros de onde ficou o corpo. A matéria que também ocupa as páginas oito e nove mostra foto da cabeça, do local do crime e da mulher quando em vida. Nessas páginas as fotos ocupam 64% do espaço total da notícia. Foi dado mais importância às imagens do que ao texto.

Crimes contra a mulher parecem ser constantes em Brasília. Na edição de número 89 mais uma mulher exposta na capa do jornal. A vítima reagiu a um assalto e foi morta por dois adolescentes, um de 15 e outro de 17 anos de idade. Os dois foram presos em flagrante, com a arma do crime. Nessa edição 58% do jornal são fotos, entre elas oito homicídios, um tráfico de drogas e dois assaltantes presos. Na página cinco um senhor de 72 anos esfaqueia irmão de 61.

Na 90ª edição, a foto de um rapaz atingido com três tiros: um na cabeça, um na nuca e outro nas costas; mostra a continuidade de fatos bárbaros. A manchete da capa “Executado na porta de casa”, faz o leitor sentir-se próximo, apela para o lar. Na página três o texto é pequeno em relação à imagem que ocupa 338cm<sup>2</sup> de um total de 520cm<sup>2</sup> designado para a notícia. Nessa matéria um jovem de 20 anos foi morto com três tiros. O conteúdo do jornal é completado com mais seis homicídios, três quadrilhas presas e um tráfico de drogas. No livro **O Óbvio e o obtuso** Barthes diz.

A fotografia de imprensa é uma mensagem. A totalidade dessa mensagem é constituída por uma fonte emissora, um canal de transmissão e um meio receptor. A fonte emissora é a redação do jornal, o grupo de técnicos, dentre os quais uns batem foto, outros a escolhem, a compõem, a tratam, e outros enfim intitulam, preparam uma legenda para ela e a comentam. O receptor é o público que lê o jornal. E o canal de transmissão é o próprio jornal, ou, mais exatamente, um complexo de mensagens concorrentes, de que a foto é o centro, mas de que os contornos são constituídos pelo texto, título, legenda, paginação, e, de maneira mais abstrata, mas não menos “informante”, pelo próprio nome do jornal (pois este nome constitui um saber que pode fazer infletir fortemente a leitura da mensagem propriamente dita: uma foto pode mudar de sentido ao passar de *l'Aurore* para *l'Humanité*). (BARTHES, 2004 p.303)

A edição que vai de 3 a 10 de julho de 2007, de número 91, do jornal *Na polícia e Nas Ruas*, conta em seis páginas (a maior matéria das edições analisadas) a localização do corpo de Isabela Tainara, 14 anos, que estava desaparecida há três meses. Primeiro foi encontrada a cabeça e depois o corpo. Os restos mortais da vítima estavam em um terreno baldio, distante cerca de 40 quilômetros de onde ela havia desaparecido. Nessa matéria escrita por Silvio Linhares e Wagner Relâmpago os editores de fotografia usaram 12 fotos para ilustrar. Número elevado se contado que

foram usadas cinco páginas de um jornal tablóide. Na página 16, dessa mesma edição, a foto de um jardineiro morto a golpes de barra de ferro ocupa 65% do local destinado à notícia.

Mais uma imagem chocante é colocada na capa do tablóide. Agora na edição de número 92. A foto é do rosto desfigurado de Eliezer Vieira de Almeida que foi morto em uma rebelião na cadeia pública de Valparaíso-GO, cidade distante cerca de 50 quilômetros de Brasília. Na foto um corte profundo emenda a boca e o olho direito da vítima. Os detentos se rebelaram, pois a cadeia estava com 114 presos quando a capacidade era de 50. Ainda nessa edição, fotos de 12 homicídios ocorridos entre os dias 10 e 17 de julho de 2007. Em algumas páginas, como na 11, a imagem ocupa mais de 72% do espaço da notícia.

As imagens chocantes que registram o fato (crime) na mente do leitor/observador além de ser um provável fator de promoção da venda desse jornal, também são responsáveis por provocarem diferentes interpretações. Às vezes as fotos dizem por si só, deixando o leitor imaginar como teria acontecido o crime.

Registrar uma imagem é separá-la para ser observada, lida e entendida tempos depois de sua realização. É recortar um pedaço de um acontecimento, de um fato, que podemos chamar, grosso modo de realidade. (GONÇALVES, 2004 p.84)

Nas capas do jornal *Na polícia e Nas Ruas* as fotos ocupam 572cm<sup>2</sup> de um total de 767cm<sup>2</sup>.

Na capa da edição 93, a manchete “Tráfico mata mais um”, acompanha a página três, com a notícia “completa” do crime e diz que o tráfico de drogas está associado à maioria dos crimes ocorridos no Distrito Federal. Na matéria duas fotos de Weliton Rodrigues, 20 anos, morto a pauladas e facadas. E na camisa da vítima uma frase que dizia: “Eu sobrevivi”. Na mesma edição mais nove homicídios e outras três páginas com ladrões de carros, casas e de uma loja. Porém, nessa edição uma diferença das outras analisadas, na página dois um quadro preto com as letras brancas dizia:

Erramos – O jornal *Na Polícia e Nas Ruas* e outros veículos de comunicação publicaram conforme informação da polícia, que Lucimar Calixto de Almeida, 49 anos, morto na porta da casa de amigos, na QNN 3, Conjunto K, em Ceilândia Norte, seria traficante de drogas. Mas na verdade, ele não tinha envolvimento com o tráfico (...) O autor do crime Antônio Auricélio Alves Batista, 21 anos foi preso em flagrante com a arma do crime.

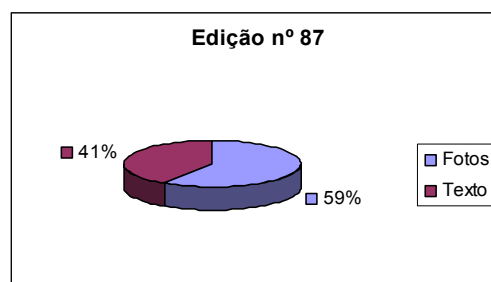
A última edição do *Na polícia e Nas Ruas* analisada pelo pesquisador, de número 94, foi do dia 24 ao dia 30 de julho de 2007. Destinou 9551cm<sup>2</sup> à notícia, destes 4637cm<sup>2</sup> foram usados com fotos. Nesta edição foram publicadas dez matérias de homicídios, uma do traficante que para fugir do flagrante engoliu dez porções de cocaína e morreu quando elas estouraram o estomago e um estuprador que tinha praticado o ato com uma mulher de 21 anos. Nessa edição 57% do espaço para a notícia foi destinado à fotografia.

Depois de analisadas oito edições do jornal *Na polícia e Nas Ruas* o pesquisador chegou à conclusão que o tablóide prioriza as matérias de homicídio. As mesmas estão em mais de 80% do jornal. Na ausência de homicídios os idealizadores noticiam assaltos, tráficos, estupros e seqüestros. As fotos são responsáveis pela identidade do jornal, elas chocam, incomodam, provocam estranheza, refletem realidades. São priorizadas frente ao texto, visto o espaço que ocupam nas páginas e o padrão que apresentam. Todas as fotos são coloridas, da capa até a última página. Segue gráficos com tamanho das fotos, dos textos (sem contar o título e o subtítulo) e porcentagens dos tamanhos, das edições 87 a 94 do jornal *Na Polícia e Nas Ruas*.

Edição número 87 – De 5 A 12 de junho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	312	60%
Página 4	520	356	68%
Página 5	520	288	55%
Página 6	520	345	66%
Página 7	520	315	61%
Páginas 8e9	1080	622	58%
Página 10	520	215	41%
Página 11	520	317	61%
Página 12	520	348	67%
Página 13	520	315	61%
Página 14	520	351	68%
Página 15	520	371	71%
Página 16	520	292	56%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4733</b>	<b>59%</b>

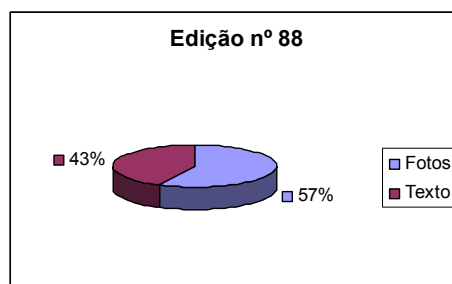
Linhares - 2007



Edição número 88 – De 12 A 19 de junho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	309	59%
Página 4	520	305	59%
Página 5	520	306	59%
Página 6	520	338	65%
Página 7	520	202	39%
Páginas 8e9	1080	696	64%
Página 10	520	325	63%
Página 11	520	312	60%
Página 12	520	328	63%
Página 13	520	301	58%
Página 14	520	298	57%
Página 15	520	310	60%
Página 16	520	305	59%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4632</b>	<b>57%</b>

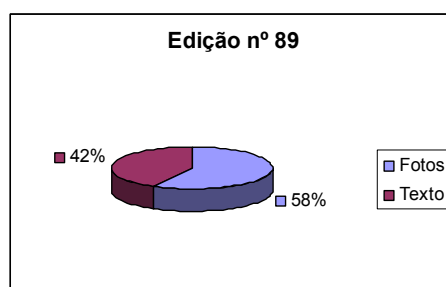
Linhares - 2007



Edição número 89 – De 19 A 26 de junho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	399	77%
Página 4	520	290	56%
Página 5	520	287	55%
Página 6	520	286	55%
Página 7	520	283	54%
Páginas 8e9	1080	660	61%
Página 10	520	257	49%
Página 11	520	286	55%
Página 12	520	226	43%
Página 13	520	307	59%
Página 14	520	209	40%
Página 15	520	313	60%
Página 16	520	287	55%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4662</b>	<b>58%</b>

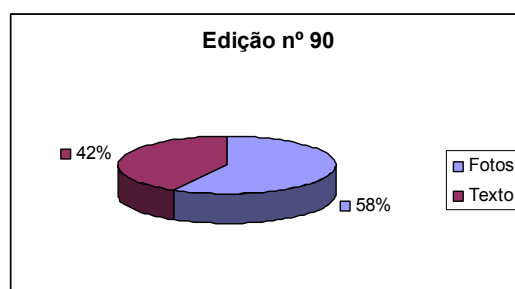
Linhares - 2007



Edição número 90 – De 26 de junho a 3 de julho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	338	65%
Página 4	520	240	46%
Página 5	520	230	44%
Página 6	520	290	56%
Página 7	520	317	61%
Páginas 8e9	1080	791	73%
Página 10	520	306	59%
Página 11	520	290	56%
Página 12	520	232	45%
Página 13	520	214	41%
Página 14	520	297	57%
Página 15	520	328	63%
Página 16	520	240	46%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4685</b>	<b>58%</b>

Linhares – 2007

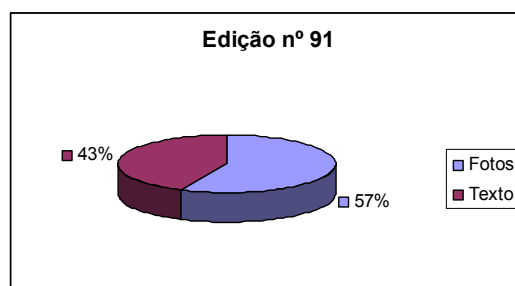




Edição número 91 – De 3 a 10 de julho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	265	51%
Página 4	520	304	58%
Página 5	520	321	62%
Página 6	520	266	51%
Página 7	520	192	37%
Páginas 8e9	1080	712	66%
Página 10	520	330	63%
Página 11	520	327	63%
Página 12	520	222	43%
Página 13	520	186	36%
Página 14	520	315	61%
Página 15	520	297	57%
Página 16	520	338	65%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4647</b>	<b>57%</b>

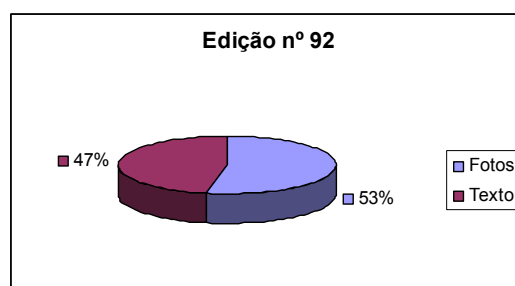
Linhares – 2007



Edição número 92 – De 10 a 17 de julho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos publicadas por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	229	44%
Página 4	520	312	60%
Página 5	520	162	31%
Página 6	520	55	11%
Página 7	520	255	49%
Páginas 8e9	1080	763	71%
Página 10	520	172	33%
Página 11	520	372	72%
Página 12	520	260	50%
Página 13	520	268	52%
Página 14	520	232	45%
Página 15	520	330	63%
Página 16	520	317	61%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4299</b>	<b>53%</b>

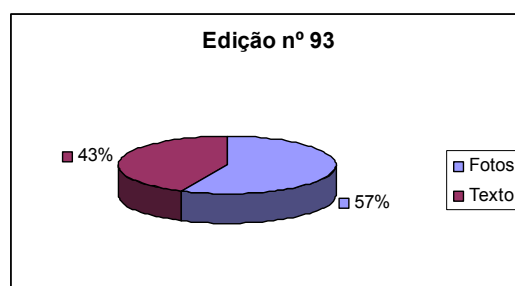
Linhares - 2007



Edição número 93 – De 17 a 24 de julho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos publicadas por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	298	57%
Página 4	520	301	56%
Página 5	520	314	60%
Página 6	520	297	57%
Página 7	520	312	60%
Páginas 8e9	1080	691	64%
Página 10	520	287	55%
Página 11	520	178	34%
Página 12	520	317	61%
Página 13	520	227	44%
Página 14	520	307	59%
Página 15	520	338	65%
Página 16	520	209	40%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4642</b>	<b>57%</b>

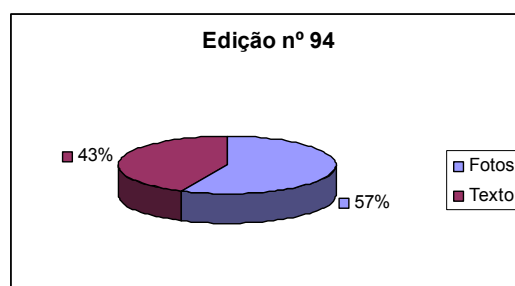
Linhares - 2007



Edição número 94 – De 24 a 31 de julho de 2007

	<b>Cm² por página</b>	<b>Cm² por foto</b>	<b>Porcentagem das fotos publicadas por página</b>
Capa	767	572	74%
Página 2	Editorial	Colunista	Expediente
Página 3	520	283	54%
Página 4	520	287	55%
Página 5	520	286	55%
Página 6	520	268	52%
Página 7	520	273	53%
Páginas 8e9	1080	777	72%
Página 10	520	270	52%
Página 11	520	205	39%
Página 12	520	301	58%
Página 13	520	145	28%
Página 14	520	271	52%
Página 15	520	394	76%
Página 16	520	305	59%
<b>TOTAL</b>	<b>8087</b>	<b>4637</b>	<b>57%</b>

Linhares – 2007



No livro **Fotografia e Jornalismo**, Paulo Rehder autor do texto *A fotografia em jornal*, em 1966, já se preocupava com o tamanho que as fotografias se dispunham nas páginas dos jornais. Ao contrário do que é hoje no *Na Polícia e Nas Ruas* as fotos não ganhavam muito espaço. Em média, por exemplo, no *Jornal do Brasil* numa edição publicada em junho de 1966, as fotos ocupavam 215,47 cm<sup>2</sup>, quando o texto ocupava 1.277,12 cm<sup>2</sup> isso no primeiro caderno. No *Correio da Manhã* da mesma data as fotos ocupavam 79,2 cm<sup>2</sup>, quando o texto ocupava 1.289,61 cm<sup>2</sup>, também no primeiro caderno.

Rehder diz que as distorções na apresentação da fotografia são mais acentuadas nos primeiros cadernos. Eram fotos sem um centro focal evidente ou com diversos centros focais, impressas em uma, duas, ou três colunas, com pouco contraste e nitidez.

O aproveitamento da fotografia, como complemento indispensável à comunicação impressa, está longe de esgotar suas possibilidades no jornalismo diário brasileiro. Isto é que se pode depreender de uma leitura mais atenta destes veículos, sempre ocupados, na maior parte de seu já limitado espaço, por textos, anúncios ou pelas chamadas “fotografias de relações públicas”\_ fotos de banquetes, inaugurações, despedidas à porta de um avião etc. Numa época em que não mais se discute a validade da afirmativa de que uma boa fotografia é mais importante que mil palavras impressas o jornalismo parece querer ignorá-la. (REHDER: 1971 p.5).

O autor acrescenta que a fotografia é um veículo importante para a transmissão de notícias. No livro, Rehder faz um análise de quatro jornais brasileiros com metragem de fotos e textos. Ele diz que o predomínio dos textos sobre a fotografia é espantoso. Aqui em baixo tabelas feitas por Rehder em junho de 1966 do 1º caderno.

#### **JORNAL DO BRASIL**

<b>Páginas</b>	<b>Cm<sup>2</sup> por fotos</b>	<b>Cm<sup>2</sup> por anúncios</b>	<b>Cm<sup>2</sup> por texto</b>
Página 1	362,25	303	1.251,75
Página 2	***	992,50	924,50

Página 3	39,15	***	1.877,85
Página 4	***	135	1.593,50
Página 5	39,15	378	1.499,85
Página 6	***	***	1.917
Página 7	661,50	166,25	1.089,25
Páginas 8	217	136,40	1.563,50
Página 9	210	660,45	1.046,55
Página 10	***	279	1.638
Página 11	192,50	891	833,50
Página 12	***	470	1.447
Página 13	***	767,50	1.149,50
Página 14	***	866,25	852,75
Página 15	130	***	1.138
Página 16	148,75	479,75	1.288,50
Página 17	318,50	463,75	1.134,75
Página 18	153,75	***	1.763,25
Página 19	201,25	463,75	1252
Página 20	1.635,50	***	281,50
<b>Total</b>	<b>4.309,40</b>	<b>7.452,60</b>	<b>25.542,50</b>
<b>Média</b>	<b>215,47</b>	<b>376,63</b>	<b>1.277,12</b>

## O GLOBO

<b>Páginas</b>	<b>Cm² por fotos</b>	<b>Cm² por anúncios</b>	<b>Cm² por texto</b>
Página 1	716	***	1.228
Página 2	158	609,75	1.176,25
Página 3	91	1.067,50	785,50
Página 4	250	861	833
Página 5	***	1.421,25	522,75
Página 6	***	***	1.917
Página 7	***	1.191,25	752,75
Páginas 8	***	951	960
Página 9	***	1.631,50	303,50
Página 10	77,50	99	1.777,50
Página 11	***	127,50	986,25
Página 12	209,25	***	1.734,75
Página 13	369	450	1.120,50
Página 14	***	486	1.437,75
Página 15	***	1.944	***
Página 16	***	1.701	243

Página 17	433	45	1.466
Página 18	792	***	1.152
Total	3.095,75	12.585,75	18.386,50
Média	171,92	698,65	1.021,47

Conforme se verifica nos quadros, encontram-se páginas sem fotografia ou anúncio, Algumas são ilustradas apenas pelas chamadas fotografias de relações públicas. As páginas destinadas ao noticiário esportivo ou policial são mais bem ilustradas por fotografias (talvez por isto mesmo as mais lidas). .( REHDER, 1971 p.9) texto **A fotografia em jornal**.

Segundo Rehder no livro **Fotografia e Jornalismo**, as páginas com as características desses jornais, como O Globo e Jornal do Brasil de 1966, se tornam monótonas e caóticas. Estas deveriam concentrar-se em alguns pontos evidentes, no caso fotografias de impacto, com campos de atração entre eles. As páginas depois de impressas perdem seu poder de atração.

## 4 Pesquisa de campo

Em textos anteriores o pesquisador vem falando da importância que o Jornal *Na Polícia e Nas Ruas* dá as fotos que são usadas em suas matérias. Em todas as páginas analisadas, as fotos são maiores que os textos. Nas capas dos jornais 74% do espaço é usado pela fotografia. Ressaltando que na maioria das vezes são fotos em *closed* e com muito sangue. O jornal chegou a expor um corpo sem cabeça na capa. No interior do jornal, o pesquisador encontrou páginas que usavam 63% do espaço para colocar cadáveres ensangüentados.

Em entrevista com o presidente do jornal, Silvio Linhares, disse que prioriza a publicação de crimes contra a vida (homicídio) e latrocínio (roubo seguido de morte). As manchetes são sensacionalistas, fato que deixa o leitor mais curioso em comprar, ler ou só ver o jornal exposto nas bancas. Na edição de 3 a 10 de julho de 2007, de número 91, o jornal *Na polícia e Nas Ruas* expõe 12 fotos para ilustrar uma só notícia. A maior matéria das edições analisadas, seis páginas para uma notícia.

O pesquisador dessa monografia esteve na rodoviária do Plano Piloto, nos dias 11, 18 e 25 de setembro, realizando um trabalho campo. Foram ouvidas 100 pessoas de ambos os sexos. Colaboram para a pesquisa, 54 homens e 46 mulheres. O questionário baseava-se em nome, idade, sexo e onde mora. A pergunta era: O que te chama mais atenção nesse jornal, as manchetes ou as fotos? (todas as pessoas ouvidas tinham comprado o jornal).

Das 46 mulheres ouvidas, 27 disseram que as manchetes chamavam mais atenção, mas 19 falaram que as fotos que chamavam mais atenção. Entre os 54 homens ouvidos, 32 deles disseram que as fotos chamavam mais atenção e os outros 22 afirmaram que era o texto. Na soma de todas as respostas o pesquisador concluiu que 51% das pessoas dessa pesquisa achavam que as fotos chamavam mais atenção que o texto. O jornal não tinha nenhuma pesquisa sobre o assunto. Silvio Linhares o presidente do jornal ficou surpreso quando foi informado pelo pesquisador que 49% das pessoas davam importância aos textos. Ele afirmou que não sabia. “Pensava que os meus leitores compravam o jornal para ver as fotos, mas acho que não é isso”, disse Linhares.



## 5 Conclusão

Esta monografia apurou a quantidade de fotos nas capas e páginas internas do jornal *Na Polícia e Nas Ruas*. Eram, visualmente, maiores que os textos. Portanto, devido a essa percepção foi lançado o tema de pesquisa: qual a importância dos textos e fotos para os editores e o público do jornal?

Com dois anos de circulação em Brasília, iniciou com tiragem de cinco mil exemplares e após dois meses passou-se para 25 mil exemplares, semanalmente, permanecendo essa tiragem até hoje. Contudo, segundo pesquisa realizada, a maioria dos leitores são moradores das cidades satélites. A justificativa para atingir este público, segundo o presidente do jornal Silvio Linhares, é o fato de fazerem um jornal próximo da realidade das classes baixas. “Isso é o que faz nosso jornal vender na periferia” afirma Linhares.

A linguagem é explicativa e a intenção das fotos, segundo Silvio Linhares, é fazer o leitor imaginar como foi a situação do crime. Linhares afirma que os jornais de Brasília não fornecem uma cobertura completa do que acontece nas cidades satélites. No tablóide as fotos são colocadas sem tratamento adicional, com muito sangue e violência, expondo vítimas e familiares. Mesmo assim atrai muitos leitores, que não vêem fotos parecidas em outros jornais.

Linhares ainda afirma que o jornal mostra a realidade de Brasília, mas o que o tablóide faz é chegar perto da realidade, pois autores como Kossoy dizem que a fotografia registra aspectos do real, mas nunca o real. A fotografia é uma mensagem, o que difere os aspectos são os receptores. As pessoas gostam de ver as fotos ensangüentadas, por isso o público valoriza mais as fotos do que os textos. Esses são explicativos, mas não são completos pelo fato de serem baseados, somente, em ocorrências policiais. Uma prova disso é que não foram identificados aspas de pessoas nos locais de crime.

A maioria dos cadáveres mostrados nas edições analisadas são de pessoas que já tiveram passagem pela polícia. O curioso é que devido a esse fato, o público do jornal sente-se seguro quando um criminoso aparece preso ou assassinado, ou seja, a

sensação é de alívio e distanciamento do perigo, conforme foi observado durante a abordagem do pesquisador.

O jornal *Na Polícia e Nas Ruas* é tachado, muitas vezes, como uma publicação sensacionalista, o que é errôneo, pois é um jornal popular que foge da linguagem formal e das editoriais de economia e política. Já sensacionalista é uma palavra utilizada para condenar publicações e veículos sem credibilidade, que contenham textos ruins, com erros de apuração, deturpação ou editorial agressivo, apelativo. Um exemplo é o jornal *Notícias Populares* que circulou entre 1963 e 2001, que se baseou na estratégia de exploração sensacionalista do crime, do sexo e de fatos inusitado.

Por fim, é observado durante a pesquisa que a ênfase editorial do jornal se dá em 60% nas fotos apelativas, e 40% em textos curtos e explicativos, baseados em dados policiais. Assim, o público-alvo são classes C e D, moradores das cidades satélites, interessados em imagens fortes, violentas e pela realidade de Brasília e entorno. Através das edições 87 até 94 dos meses de junho e julho de 2007 ficou provado, em parte, que é dado mais importância às fotos que aos textos, páginas chegavam a ser ocupadas por mais de 60% com fotos.

## 6 Referências

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na Trama Fotográfica**. São Paulo: Atelie, 2002.

BARTHES, Roland. **O Óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004.

NOVAES, Adauto. **A imagem e o espetáculo**: Muito além do espetáculo. São Paulo: Senac, 2004.

HUMBERTO, Luis. **Fotografia a poética do Brasil**. Brasília: Unb, 2000.

GONÇALVES, José. **Conectiva**: O fotojornalismo e a construção de verdades. São Paulo: Univas, 2004

GUIMARÃES, Luciano. **O espírito do nosso tempo**: Ensaios de semiótica da cultura e da mídia. São Paulo: Annablume; Cisc, 2004

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: Um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Sumus, 1995

SOUZA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Letras contemporâneas, 2000.

BACELAR, Mário. et. tal. **Fotografia e jornalismo**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1971.